

**STRATEGI TRAVEL ARMINAREKA PERDANA CABANG
PEKANBARU DALAM MENARIK CALON JAMAAH HAJI DAN
UMRAH DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat untuk Menyelesaikan Studi Pada

Program Sarjana Ekonomi Islam

Guna Memperoleh Gelar S. Ei



OLEH

FITRIA

NIM: 10625003888

PROGRAM STUDI (SI)

JURUSAN EKONOMI ISLAM

FAKULTAS SYARI'AH DAN ILMU HUKUM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

SULTAN SYARIF KASIM

RIAU

2011

ABSTRAK

Judul penelitian ini adalah “Strategi Travel Arminareka Perdana Cabang Pekanbaru Dalam Menarik Calon Jamaah Haji dan Umrah Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam”. Persaingan bisnis bisa berarti persaingan memperebutkan konsumen. Pemenangnya bukan yang paling kuat atau yang besar, akan tetapi yang bisa memenangkan hati para konsumennya. Dalam persaingan bisnis yang semakin ketat saat ini, pemasar perlu menyadari bahwa keputusan konsumen untuk membeli barang atau menggunakan jasa tertentu didasarkan pada nilai-nilai, sikap dan persepsinya.

Travel Arminareka Perdana tersebut memiliki strategi dalam menarik calon jamaah haji dan umrah yaitu dengan cara mempromosikan keunggulan-keunggulan travel dan masih banyak lagi strategi yang digunakan dalam menarik calon jamaah haji dan umrah. Perusahaan juga diharapkan pada persaingan yang tujuannya dalam merebut hati para konsumennya. Oleh karena itu perusahaan menetapkan atau mempunyai strategi yang baik dalam menarik calon jamaah haji dan umrah untuk perkembangan dan kemajuan perusahaan dimasa yang akan datang.

Menarik atau Merekrut Calon Jamaah Haji dan Umrah Menurut Ekonomi Islam yang dilakukan oleh Travel Arminareka Perdana Cabang Pekanbaru melalui etika sesuai dengan Islam, melalui kebebasan menurut Ekonomi Islam dan prinsip kejujuran.

Hal yang menjadi kajian dalam pembahasan ini adalah: Strategi Travel Arminareka Perdana Cabang Pekanbaru Dalam Menarik Calon Jamaah Haji dan Umrah Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam.

Penelitian yang penulis lakukan ini hanya membatasi beberapa masalah:

1. Bagaimana strategi travel arminareka perdana cabang pekanbaru dalam menarik calon jamaah haji dan umrah.
2. Bagaimana tinjauan ekonomi Islam terhadap strategi menarik calon jamaah haji dan umrah pada travel arminareka perdana.

Lokasi penelitian ini bertempat pada Travel Arminareka Perdana Cabang Pekanbaru yang beralamat di jalan Dahlia Gg. Kemiri Pekanbaru.

Populasi dari penelitian ini terdiri dari 12 orang, pimpinan serta karyawan Travel Arminareka Perdana. Pengumpulan data diperoleh dari wawancara, observasi dan dokumentasi. Data primer dari penelitian ini adalah hasil wawancara yaitu dengan pimpinan dan karyawan yang bekerja di Travel Arminareka Perdana, sedangkan data sekunder dari penelitian ini adalah diperoleh dari literatur yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

Metode penelitian ini adalah induktif, data-data yang penulis peroleh disajikan dalam bentuk deskriptif kemudian dianalisa dengan menggunakan metode kualitatif.

Dari hasil penelitian penulis menyimpulkan bahwa upaya Travel Arminareka Perdana dalam menarik calon jamaah haji dan umrah dilakukan dengan strategi promosi dan pelayanan yang baik dan telah memelihara nilai-nilai ekonomi Islam dengan menggunakan strategi handal yang juga tidak menyalahi kaidah-kaidah ekonomi Islam.

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Batasan Masalah	7
C. Perumusan Masalah.....	7
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	7
E. Metode Penelitian.....	8
F. Sistematika Penulisan.....	11
 BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
A. Sejarah Singkat Perusahaan.....	13
 BAB III TELAAH PUSTAKA	
A. Pengertian Strategi.....	27
B. Pengertian Pelayanan.....	31
C. Promosi.....	35

**BAB IV STRATEGI TRAVEL ARMINAREKA PERDANA
CABANG PEKANBARU DALAM MENARIK CALON
JAMAAH HAJI DAN UMRAH DITINJAU DARI
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

A. Strategi Travel Arminareka dalam Menarik Calon Jamaah Haji dan Umrah	41
B. Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Strategi Travel Arminareka dalam Menarik Calon Jamaah Haji dan Umrah	54

BAB V KESIMPULAN DAN SARAH

A. Kesimpulan.....	63
B. Saran	64

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Travel Arminareka Perdana adalah salah satu dari sekian banyak perusahaan yang bergerak dalam bidang perjalanan haji dan umrah di kota pekanbaru. Pada dasarnya travel perjalanan haji dan umrah sangat dibutuhkan masyarakat saat ini, oleh karena itu Travel Arminareka Perdana ingin bersaing secara sehat dengan cara meningkatkan strategi dalam menarik calon jamaah haji dan umrah dengan memberikan fasilitas lengkap dan harga yang bersaing.

Pada zaman sekarang ini, persaingan sangat terlihat, untuk itu setiap perusahaan harus pandai memikirkan strategi agar tidak menjadi terbelakang. Begitu juga dengan Travel Arminareka Perdana, mereka berusaha memberikan fasilitas-fasilitas dan pelayanan yang lebih dari saingannya agar dapat menarik minat para jamaah haji untuk dapat menggunakan jasa mereka dalam menjalankan ibadah haji dan umroh.

Strategi adalah kerangka acuan yang terintegrasi dan konprehensif yang mengarahkan pilihan-pilihan yang menentukan bentuk dan arah aktifitas-aktifitas organisasi menuju pencapaian tujuan-tujuannya.¹ Pelanggan merupakan komponen lingkungan yang mampu mempengaruhi pencapaian tujuan pemasaran. Prinsip pemasaran mengatakan bahwa pencapaian tujuan organisasi tergantung pada seberapa mampu organisasi tersebut memahami

¹ Henry Simamora, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Yogyakarta: STIE YKPN, 1997), Cet. Ke-3, edisi ke-4, hal. 9.

kebutuhan dan keinginan pelanggan dan memenuhi secara lebih efisien dan efektif dibanding pesaingnya. Sebuah perusahaan harus memilih informasi mengenai siapa pelanggannya dan bagaimana karakteristik dan perilaku mereka.²

Dalam ekonomi Islam pemasaran yang dilakukan harus sesuai dengan aturan atau ketentuan hukum Islam seperti:

1. Larangan memperdagangkan barang-barang haram

Norma pertama yang ditekankan Islam adalah larangan mengedarkan barang-barang haram, baik dengan cara membeli, menjual, memindahkan atau cara apa saja yang memudahkan peredarannya. “Allah melaknat khamar (minuman keras), peminumnya, penyajinya, penjualnya, penyulingnya, pembawanya, dan pemakan hartanya.

2. Benar, amanat dan jujur

- a. Benar adalah ruh keimanan, ciri utama orang mukmin bahkan ciri para nabi. Tanpa kebenaran, agama tidak akan tegak dan tidak akan stabil. Sebaliknya, bohong dan dusta adalah sifat orang munafik. Sebagaimana hadits nabi yang artinya pedagang yang benar dan terpercaya bergabung dengan para nabi, orang-orang benar (shiddiqin), dan para syuhada.³

² Peter Paul, *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*, (Jakarta: PT. INC, 1996) Cet ke-4 hal. 93

³ Ahmad Sutarmadi, *al Imam Al tirmidzi*, (Jakarta: PT. Logos Wacana Ilmu, 1998) Cet ke-1 hal. 71

- b. Maksud amanat adalah mengembalikan hak apa saja kepada pemiliknya, tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak mengurangi hak orang lain, baik berupa harta atau upah. Allah berfirman QS. an Nisa 58

﴿إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ
الْأَنَاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا
بَصِيرًا﴾

Artinya: “*sesungguhnya Allah menyuruhmu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia hendanya kamu manetapkannya dengan adil. Sungguh, Allah sebaik-baik yang memberi pengajaran kepadamu. Sungguh, Allah Maha Mendengar, Maha Melihat*”. QS an Nisa 58⁴

- c. Selain benar dan memegang amanat, seorang pengusaha harus berlaku jujur, dilandasi keinginan agar orang lain mendapatkan kebaikan dan kebahagiaan sebagaimana ia menginginkannya dengan cara menjelaskan cacat barang dagangan yang dia ketahui dan yang tidak terlihat oleh pembeli.⁵
3. Bersikap adil dan mengharamkan bunga (riba)

Menurut Islam adil merupakan norma paling utama dalam seluruh aspek perekonomian. Hal ini dapat kita tangkap dalam pesan Al quran yang menjadikan adil sebagai tujuan agama samawi. Bahkan, adil adalah

⁴ Departemen agama RI. *al Quran Dan Terjemahannya*, (Bandung: PT. Syaamil Cipta Media, 2002), Cet. Ke-3, hal. 69

⁵ Yusuf Qardawi, *Norma Dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gema Insani. 1995). Cet ke-1 hal. 178

salah satu asma Allah. Kebalikannya adalah zhalim yaitu sifat yang dilarang Allah pada diriNya. Sebagaimana dilarang dalam firmanNya pada hambaNya. “wahai hambaku Aku melarang kezhaliman kepada diriKu dan Aku haramkan juga antara kamu, maka janganlah kamu saling menzhalimi”.⁶

Riba dan prostitusi adalah dua penyakit masyarakat yang menyebarkan menimbulkan kemurkaan Allah sebagaimana hadits nabi yang artinya: “jika prostitusi dan riba telah merajalela di suatu masyarakat maka mereka telah menghalalkan bagi diri mereka azab Allah Azza Wajallah”.

4. Larangan terhadap rekayasa harga

Rasulullah Saw, menyatakan bahwa harga dipasar itu ditentukan oleh Allah. Ini berarti bahwa harga dipasar tidak boleh diintervensi oleh siapapun.

5. Larangan terhadap penimbunan (Ihtikhar)

Islam mengajak kepada pemilik harta untuk mengembangkan harta mereka dan menginvestasikannya, sebaliknya melarang mereka untuk membekukan dan tidak memfungsikannya.

Seiring perkembangan dan perjalanan sejarah manusia, aspek ekonomi juga berkembang dan semakin komplis. Kebutuhan manusia juga semakin menjadi-jadi dan tidak dapat dipenuhi sendiri menyebabkan mereka melakukan kegiatan tukar menukar dalam berbagai bentuk. Secara umum kegiatan ekonomi juga menyangkut tentang konsumsi yang pelakunya adalah

⁶ Departemen Agama RI, *op cit*, hal. 174

konsumen.⁷ Dengan demikian kebutuhan dan keinginan konsumen sangat penting untuk diketahui oleh suatu perusahaan yang menerapkan pemasaran. Untuk meningkatkan keberhasilan perusahaan semua kegiatan pemasaran yang dilakukan harus diarahkan untuk memberikan kepuasan bagi pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen.⁸ Karena konsumen merupakan faktor utama bagi eksistensi suatu perusahaan. Oleh sebab itulah orientasi pada konsumen merupakan syarat mutlak yang harus dikedepankan bagi perusahaan.

Setiap perusahaan selalu berusaha untuk dapat tetap hidup, berkembang dan mampu bersaing. Dalam rangka inilah, maka setiap perusahaan selalu menetapkan strategi dan cara pelaksanaan kegiatan pemasarannya. Kegiatan pemasaran yang dilakukan, diarahkan untuk dapat mencapai sasaran perusahaan yang dapat berupa tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam jangka panjang dan *share* pasar tertentu dalam suatu jangka waktu tertentu.⁹ Pengarahan kegiatan pemasaran tersebut hanya mungkin dapat dilakukan dengan penetapan garis-garis besar pedoman atau patokan umum perusahaan dalam bidang pemasaran, yang sering dikenal dengan kebijakan pemasaran. Kebijakan pemasaran tentunya sejalan dengan konsep pemasaran, yang menekankan pemberian pelayanan yang memuaskan

⁷ Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2007). Cet ke-1 hal. 180

⁸ William Staton, *Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 1996). Cet ke-1 hal. 72

⁹ Assauri Sofjan, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2007). Cet ke-1 hal. 197

kepada konsumen, melalui kegiatan dan strategi pemasaran yang terpadu dan memungkinkan diperolehnya keuntungan atau laba dalam jangka panjang.¹⁰

Sehubungan dengan itu maka Travel Arminareka Perdana adalah salah satu dari sekian banyak perusahaan yang bergerak memasarkan jasa dalam bidang perjalanan Haji dan Umrah di kota Pekanbaru. Untuk terus tumbuh dan berkembang maka Travel Arminareka Perdana berusaha menarik sebanyak mungkin konsumen dengan berbagai cara. Mulai dengan memberikan berbagai sarana dan fasilitas, harga yang bersaing, pelayanan yang memadai dan didukung dengan berbagai promosi yang sehat.

Dengan berbagai upaya tersebut diharapkan konsumen tidak dikecewakan dan merasa puas terhadap jasa yang diberikan oleh Travel Arminareka Perdana. Untuk meraih itu semua Travel Arminareka Perdana mempunyai komitmen yang selalu dikedepankan yaitu selalu memberikan pelayanan yang prima kepada para jamaah, sehingga para jamaah merasa khusus dalam melaksanakan ibadahnya, tanpa harus lagi memikirkan hal-hal yang menyita waktu.

Dari latar belakang di atas penulis tertarik untuk meneliti tentang strategi Travel Arminareka Perdana dalam menarik calon jamaah haji dan umrah dengan menuangkannya dalam sebuah skripsi yang berjudul

¹⁰ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Analisa Perencanaan Implementasi dan Kontrol*, (Jakarta: Prehalindo, 1997), jilid 1, Cet. Ke-1, hal. 283

“STRATEGI TRAVEL ARMINAREKA PERDANA CABANG PEKANBARU DALAM MENARIK CALON JAMAAH HAJI DAN UMRAH DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM”.

B. Batasan masalah

Dalam penelitian ini penulis membatasi masalah pada strategi yang dilakukan oleh travel arminareka perdana dalam menarik calon jamaah haji dan umrah di tinjau dari ekonomi islam.

C. Perumusan Masalah

Adapun permasalahan yang penulis angkat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana strategi Travel Arminareka Perdana dalam menarik calon jamaah haji dan umrah?
- b. Bagaimana tinjauan ekonomi Islam terhadap strategi Travel Arminareka Perdana dalam menarik calon jamaah haji dan umrah?

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Adapun tujuan dilaksanakan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi Travel Arminareka Perdana Cabang Pekanbaru dalam menarik calon jamaah haji dan umrah

- b. Untuk mengetahui bagaimana tinjauan ekonomi Islam mengenai strategi Travel Arminareka Perdana Cabang Pekanbaru dalam menarik calon jamaah haji dan umrah

2. Kegunaan Penelitian

- a. Bagi penulis berguna untuk menambah wawasan pengetahuan tentang strategi pelayanan dan promosi
- b. Sebagai syarat bagi penulis dalam menyelesaikan study guna mendapatkan gelar sarjana ekonomi Islam (S.EI) pada Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Prodi Perbankan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- c. Bagi perusahaan diharapkan berguna sebagai bahan masukan dalam menciptakan pelayanan yang lebih efisien mungkin
- d. Bagi pihak lain diharapkan berguna sebagai sumbangan pikiran dan perbandingan dalam melakukan penelitian yang sama pada tempat yang berbeda untuk masa yang akan datang.

E. Metode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini penulis mengambil lokasi di Travel Arminareka Perdana Jl. Dahlia Gg. Kemiri Pekanbaru karena Travel Arminareka Perdana memiliki strategi yang beda dari travel-travel yang lain terutama dalam bidang pelayanan.

2. Subyek dan Obyek Penelitian

- a. Subyek penelitian ini adalah karyawan dan pimpinan Travel Arminareka Perdana
- b. Obyek penelitian ini adalah strategi dalam menarik calon jamaah haji dan umrah pada Travel Arminareka Perdana

3. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pimpinan dan karyawan Travel Arminareka Perdana Cabang Pekanbaru. Jumlah populasi diketahui secara pasti, dan pertimbangan waktu, tenaga, dan biaya, maka penelitian ini mengambil sampel yang berjumlah 12 orang. Maka penulis menggunakan teknik *perposive sampling* (sampel bertujuan).

4. Sumber Data

Data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah:

- a) Data Primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari lokasi penelitian.
- b) Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh dari literature, dokumen-dokumen yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

5. Metode Pengumpulan Data

Dalam mengumpulkan data-data diperlukan beberapa metode, yaitu:

- a) Observasi

Yaitu metode pengumpulan data dengan pengamatan langsung dilapangan untuk mendapatkan gambaran secara nyata tentang kegiatan yang diteliti.

b) Wawancara

Yaitu metode pengumpulan data dengan melalui proses tanya jawab langsung dengan pimpinan dan karyawan Travel Arminareka Perdana Cabang Pekanbaru.

c) Studi Dokumen

Yaitu dengan melihat dan menganalisa dari buku-buku dan dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penelitian ini.

6. Analisa Data

Analisa data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode deskriptif yaitu, analisa data yang bersifat penjelasan dari data-data dan informasi yang kemudian dikaitkan dengan teori dan konsep-konsep yang mendukung pembahasan, dimana penjelasan ini menggunakan metode kualitatif yang digambarkan dengan kata-kata atau kalimat untuk memperoleh kesimpulan.

7. Metode Penulisan

Setelah data-data terkumpul, selanjutnya penulis menyusun data tersebut dengan menggunakan metode sebagai berikut:

a. Metode Deduktif

Yaitu uraian yang diawali dengan mengemukakan kaedah-kaedah umum, dianalisa dan diambil kesimpulan secara khusus.

b. Metode Induktif

Yaitu uraian yang diambil dengan mengemukakan kaedah-kaedah khusus dianalisa dan diambil kesimpulan secara umum.

F. Sistematika Penulisan

Untuk dapat memberikan gambaran secara sistematis mengenai penyusunan karya ilmiah ini, penulisan ini dibagi menjadi beberapa bab dan masing-masing bab saling berkaitan yang terdiri dari :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini yang menjelaskan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Dalam bab ini menjelaskan tentang sejarah singkat perusahaan, visi dan misi perusahaan, Struktur organisasi.

BAB III : TINJAUAN UMUM TENTANG STRATEGI

Pengertian strategi, pengertian pelayanan, pengertian promosi.

BAB IV :STRATEGI TRAVEL ARMINAREKA PERDANA CABANG PEKANBARU DALAM MENARIK CALON JAMAAH HAJI DAN UMRAH DI TINJAU MENURUT PERSFEKTIF EKONOMI ISLAM

Dalam bab ini penulis menjelaskan tentang hasil penelitian dan pembahasan tentang strategi Travel Arminareka Perdana dalam menarik calon jamaah haji dan umrah, dan tinjauan ekonomi

Islam terhadap strategi Travel Arminareka Perdana dalam menarik calon jamaah haji dan umrah.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

BAB II

GANBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah Singkat Perusahaan

Travel Arminareka Perdana adalah perusahaan yang bergerak dibidang jasa penyelenggara haji plus dan umrah, yang berdiri pada tanggal 9 Februari 1990 di Jakarta, dan telah memberangkatkan lebih kurang 27.000 jamaah dari seluruh Indonesia dan memiliki cabang dan kantor perwakilan lebih dari 150 Kota 33 Provinsi di Indonesia. Travel Arminareka Perdana ini adalah perusahaan yang telah berpengalaman selama 20 tahun dan mendapat ranking ke-2 Nett Sales Umrah 2009 versi Garuda Indonesia.¹

Travel Arminareka Perdana pada tahun 2008, telah membuka Cabang di Pekanbaru yang merupakan cabang yang ke 132 setelah Sumatera Barat.

Travel Arminareka Perdana Cabang Pekanbaru berlokasi di Jalan Dahlia Gang Kemiri. Sampai saat ini Travel Arminareka Perdana Cabang Pekanbaru telah membuka anak cabang sebanyak 4 unit yang tersebar di daerah pekanbaru.

Pertama berdiri Travel Arminareka Perdana Cabang Pekanbaru memiliki konsumen sejumlah 48 orang, dan terus meningkat dari tahun ke tahun hingga sampai saat ini yang berjumlah lebih kurang 500 orang.

Adapun maksud dan tujuan didirikannya perusahaan ini adalah:

¹ Dokumentasi Travel Arminareka Perdana

- a. Menjalankan usaha dibidang jasa haji plus dan umroh
- b. Menjalankan segala aktivitas yang sesuai dengan maksud dan tujuan perusahaan dan melakukan kegiatan-kegiatan dalam arti kata seluas-luasnya, orang-orang atau badan hukum lain, dengan cara dan bentuk yang sesuai dengan keperluan, dengan tidak mengurangi peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Travel Arminareka Perdana ini mulai beroperasi pada tahun 2008. Adapun pemasaran jasa perusahaan ini mendapat tanggapan yang positif dari konsumen-konsumen yang umumnya terdiri dari pejabat tinggi Propinsi Riau. Kalangan pengusaha, BUMN, karyawan-karyawan swasta dan juga kalangan bawah. Bahkan Travel Arminareka Perdana Cabang Pekanbaru tidak saja melayani dan menerima para calon jamaah haji plus dan umrah di kota Pekanbaru saja, tetapi juga dari berbagai daerah di Indonesia.²

1. Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi Travel Arminareka Perdana terdiri dari :

1. Pemegang Saham

Dalam perusahaan ini ada yang dinamakan pemegang saham yaitu orang-orang yang menanamkan modal pada perusahaan tersebut.

Pemegang saham mempunyai tugas-tugas sebagai berikut:

- a. Menyediakan dana yang dibutuhkan

² Kholil, karyawan Travel Arminareka Perdana, *wawancara*. Pekanbaru 13 Oktober 2010

- b. Memutuskan kebijakan-kebijakan yang akan diambil perusahaan.

2. Komisaris

Dalam perusahaan ini komisaris mempunyai tugas-tugas antara lain sebagai pengawas direktur dalam kepemimpinannya.

3. Direktur

Dalam perusahaan direktur adalah orang yang berhak atas segala sesuatu yang berkaitan dengan kegiatan perusahaan. Tugas-tugas direktur antara lain sebagai direktur:

- a. Menentukan dan mengkoordinasi serta mengawasi semua kegiatan perusahaan
- b. Mengadakan hubungan dengan relasi.

4. Manajer Keuangan dan Accounting

Dalam perusahaan ini manajer keuangan dan akuntansi mempunyai tugas-tugas sebagai berikut:

- a. Mencatat semua transaksi yang terjadi di perusahaan
- b. Menerima dan menyimpan faktur-faktur penjualan dan pembayaran
- c. Membuat laporan keuangan satu tahun sekali yang ditujukan kepada direktur perusahaan.

5. Manajer Umrah dan Haji

Dalam perusahaan ini manajer umrah dan haji mempunyai tugas-tugas sebagai berikut:

- a. Mengelola penyelenggaraan umrah
- b. Mengelola penyelenggaraan haji.

6. Manajer Marketing

Dalam perusahaan ini manajer marketing mempunyai tugas-tugas sebagai berikut:

- a. Melakukan sosialisasi kepada konsumen
- b. Mengelola bidang promosi
- c. Melayani informasi yang diperlukan konsumen.

7. Kasir

Adapun tugas-tugas kasir dalam perusahaan ini adalah:

- a. Menerima transaksi pembayaran
- b. Melakukan pembayaran pengeluaran perusahaan.

8. Ticketing

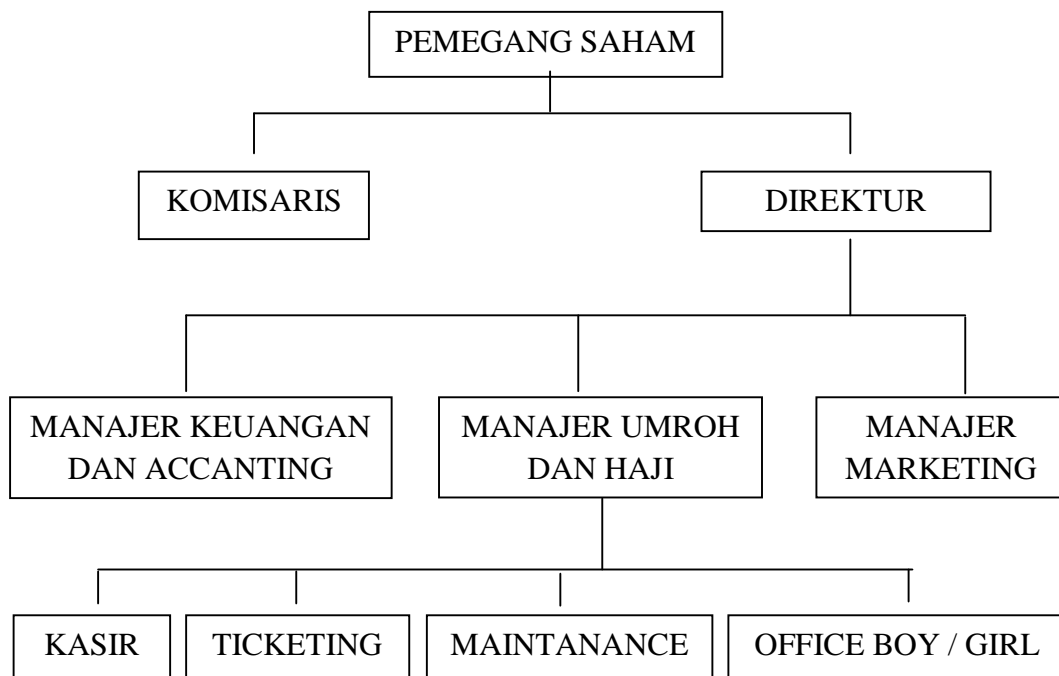
Adapun tugas-tugas ticketing dalam perusahaan ini adalah melakukan penjualan ticket-tiket pesawat kepada pembeli.

9. Administrasi Maintenance

Adapun tugas-tugas administrasi maintenance dalam perusahaan ini adalah:

- a. Mengelola administrasi umum
- b. Memelihara peralatan-peralatan perusahaan.³

GAMBAR I
STRUKTUR ORGANISASI
TRAVEL ARMINAREKA PERDANA



³ Kholil, karyawan Travel Arminareka Perdana, *wawancara*. Pekanbaru 13 Oktober 2010

2. Visi Misi Perusahaan

1. Visi Travel Arminareka Perdana adalah:

“Mewujudkan keinginan dan impian para mitranya untuk berangkat Umrah dan Haji Plus.”

2. Misi Travel Arminareka Perdana adalah:

“Meningkatkan taraf hidup keluarga dan memberi solusi kepada masyarakat.”

3. Aktifitas Perusahaan

Aktifitas perusahaan disini menyangkut proses menyiapkan paket-paket, baik paket umrah maupun paket haji plus, kemudian memasarkan paket-paket tersebut.

a. Umrah

Kata lain dari Umrah adalah haji kecil, yang waktu pelaksanaannya bisa kapanpun selain bulan haji. Program Umrah yang ditawarkan oleh Travel Arminareka Perdana terdiri dari beberapa paket antara lain :

1. Umrah Reguler (Mekkah-Madinah)
2. Umrah Plus I (Mekkah-Medinah-Istambul)
3. Umrah Plus II (Makkah-Medinah-Kairo-Yordania)
4. Umrah Bulan Ramadhan :

- a. Umrah Awal Ramadhan
- b. Umrah Pertengahan Ramadhan
- c. Umrah Akhir Ramadhan

TABEL I

**Tarif biaya umrah yang di tetapkan oleh Travel Arminareka
Perdana Cabang Pekanbaru**

No	Paket	Harga	Fasilitas	Hari
1	1 kamar 4 orang	USD 1750	Hotel *4 dan *5	9 hari
2	1 kamar 3 orang	USD 1900	Hotel *4 dan *5	12 hari
3	1 kamar 2 orang	USD 2250	Hotel *4 dan *5	15 hari

Sumber : *Travel Arminareka Perdana 2010*

Dari table I di atas dapat kita lihat variasi harga dengan paket yang berbeda dan fasilitas yang diberikan oleh Travel Arminareka Perdana kepada calon jamaah umrah tetap sama.

Setiap paket-paket yang ditawarkan mempunyai spesifikasi yang berbeda mulai harga, waktu pelaksanaan dan kegiatan-kegiatan yang dilakukan. Pada program umrah ini Travel Arminareka Perdana tidak menetapkan berapa batas maksimal jama'ah yang akan diberangkatkan, semakin banyak akan semakin baik untuk perusahaan.

Untuk pemandu atau Guide para jama'ah yang akan berangkat, akan ditunjuk beberapa orang karyawan Arminareka Perdana secara bergiliran. Kadang-kadang Direktur Perusahaan ikut menjadi pemandu jama'ah untuk berangkat ke tanah suci.

b. Haji plus

Haji plus berbeda dari haji regular. Setiap perusahaan penyelenggara haji akan mendapatkan kouta jamaah yang akan diberangkatkan ke tanah suci, jumlah kuota yang didapat Travel Arminareka Perdana dari tahun ke tahun terus meningkat sesuai dengan meningkatnya permintaan.

Adapun yang membedakan haji plus dengan haji reguler adalah pada haji plus akan diberikan pelayanan yang benar-benar maksimal seperti konsumsi, hal ini benar-benar diperhatikan karena ini merupakan keunggulan dari haji plus dibanding dengan haji regular, dan fasilitas pemberangkatan, sampai kefasilitas-fasilitas yang didapatkan di tanah suci. Program haji plus yang ditawarkan oleh Travel Arminareka Perdana pada dasarnya sama dengan program haji plus yang ditawarkan oleh perusahaan penyelenggara haji plus lainnya.

Perbedaan antara Travel Arminareka Perdana dengan penyelenggara haji plus lainnya adalah terletak pada layanannya, yakni Travel Arminareka Perdana menawarkan beberapa pelayanan dengan berbagai kemudahan seperti :

1. Tempat pembayaran

Calon jamaah haji dan umrah yang menggunakan jasa Travel Arminareka Perdana dapat melakukan transaksi pembayaran melalui transfer ke rekening Bank yang telah disediakan oleh Travel Arminareka Perdana yaitu: Bank BCA, Bank Mandiri, Bank Mandiri Syariah, Bank BNI dan Bank BRI.

2. Memberikan bimbingan haji

Dalam pelaksanaan ibadah haji dan umrah, calon jamaah diberi pembekalan sebelum berangkat ke tanah suci antara lain yaitu :

a. Manasik

Sebelum jama'ah calon haji berangkat ke tanah suci akan dilakukan bimbingan manasik haji dalam bentuk teori dan praktek oleh tim pembimbing

b. Bimbingan di tanah suci

Selama di tanah suci para jamaah diberikan bimbingan pengajian Islam intensif selama dalam perjalanan, baik dari segi materi maupun praktek dengan berkunjung ketempat-tempat yang bersejarah. Para jamaah haji dan umrah juga diberikan kebebasan tanpa di batasi untuk melaksanakan segala aktifitas dalam beribadah.

c. Kesehatan dan mental

Jama'ah calon haji akan diperiksa kesehatannya dan diberikan penyuluhan mental sebelum berangkat ke tanah suci oleh tim dokter.⁴

3. Pembinaan pasca haji

Setiap alumni jama'ah haji diharapkan mengikuti pembinaan pasca haji, baik dalam bentuk pengajian rutin bulanan maupun kegiatan pembinaan ke Islaman lainnya.

4. Harga paket bervariasi

Dengan harga paket yang bervariasi sehingga memungkinkan konsumen untuk menentukan pilihannya sesuai dengan kemampuan finansialnya.

⁴ Danar, Marketing Travel Arminareka Perdana, *Wawancara*, Pekanbaru 3 November 2010

TABEL II

**Tarif biaya haji plus yang ditetapkan oleh Travel Arminareka
Perdana Cabang Pekanbaru**

No	Paket	Harga	Fasilitas	Hari
1	1 kamar 4 orang	USD 6500	Hotel *4 dan *5	26 hari
2	1 kamar 3 orang	USD 7000	Hotel *4 dan *5	26 hari
3	1 kamar 2 orang	USD 7500	Hotel *4 dan *5	26 hari

Sumber : *Travel Arminareka Perdana 2010*

Dari table II di atas dapat kita lihat variasi harga dengan paket yang berbeda dan fasilitas yang diberikan oleh Travel Arminareka Perdana kepada calon jamaah haji plus tetap sama.

5. Sarana dan prasarana yang diberikan

Travel Arminareka Perdana menyediakan sarana dan prasarana kepada jamaah untuk memudahkan para jamaah dalam beribadah, yaitu :

1. Tiket pesawat Pekanbaru-Jakarta-Jeddah
2. Bus Full AC
3. Airport Tax dan Fiscall
4. Makan 3x sehari masakan Indonesia
5. Akomodasi hotel berbintang (dekat dengan Mesjid Al-Haram dan Mesjid Nabawi)

6. Perlengkapan haji sesuai paket
7. Passport haji dan visa
8. Tim dokter
9. Air zam-zam
10. Dan bimbingan ibadah haji sesuai dengan Sunnah Rasulullah yang shahih.⁵

3. Ticketing

Travel Arminareka Perdana yang merupakan perusahaan penyelenggara haji plus dan umrah, juga melakukan usaha sampingan, yaitu menjual tiket-tiket perusahaan penerbangan dari berbagai maskapai penerbangan. Dari setiap lembar tiket yang terjual oleh Travel Arminareka Perdana, perusahaan penerbangan akan memberikan keuntungan sejumlah persentase tertentu dari harga tiket yang terjual.⁶

4. Fasilitas Perusahaan

Perusahaan tidak hanya memberikan pelayanan yang memuaskan kepada calon jamaah haji dan umrah akan tetapi perusahaan juga memberikan fasilitas kepada jamaahnya seperti:

⁵ Dokumentasi Travel Arminareka Perdana 2010

⁶ Kholil, Keuanagan Travel Arminareka Perdana, *Wawancara*, Pekanbaru 23 November 2010

1. Asuransi kecelakaan diri dari Bumi Putera Syariah, sebesar 50 juta rupiah.
2. Memperoleh Id Card dan Staterkit (Legalitas Perusahaan)
3. Souvenir seperti, pria mendapat baju koko dan Wanita mendapat mukena.
4. Hak usaha jamaah yaitu hak yang diberikan oleh perusahaan kepada setiap jamaah untuk memasarkan produk umrah dan haji plus, dan apabila dapat mereferensikan jamaah lainnya ke perusahaan maka akan mendapatkan hasil sebagai berikut :

- | | |
|-------------------------------|--------------------------|
| a. Referensi Umrah | Rp. 1.500.000 per jamaah |
| Haji plus | Rp. 2.500.000 per jamaah |
| b. Pasif atau pasangan | Rp. 500.000 per jamaah |
| c. Royalty atau suppor system | Rp. 1.000.000 per jamaah |

5. Voucher pembayaran adalah sebagai pengurangan dari biaya paket umrah yang harus dibayar pada saat keberangkatan.

Misalnya biaya paket umrah	USD 1.650
Nilai Voucher	<u>USD 350</u> _
Sisa Pembayaran	USD 1.300

Voucher ini berlaku tanpa batas waktu dan dapat di gunakan oleh siapa saja, dan sisa pembayaran tersebut dapat dilakukan dengan cara angsuran, cash dan referensi (hak usaha).⁷

⁷ Dokumentasi Travel Arminareka Perdana 2009

BAB III

TINJAUAN UMUM TENTANG STRATEGI

A. Pengertian Strategi

Setiap perusahaan yang bersaing dalam suatu industri pasti mempunyai strategi bersaing. Dalam perubahan pola persaingan yang sangat ketat ini, strategi suatu perusahaan harus disesuaikan atau bahkan diubah untuk memperoleh peluang-peluang serta menghindari ancaman dari para pesaing.

Strategi adalah tindakan yang bersifat senantiasa meningkat (*Incremental*) dan terus menerus serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan dimasa depan.¹

Strategi merupakan rencana berskala besar bagi manajemen organisasi yang berorientasi jangkaun masa depan yang jauh yang ditetapkan sedemikian rupa sehingga memungkinkan organisasi berinteraksi secara efektif dengan lingkungan dalam kondisi persaingan yang kesemuanya diarahkan pada optimalisasi pencapaian tujuan dan berbagai sasaran orang bersangkutan.²

Strategi juga merupakan seleksi atas pasar sasaran, penentuan posisi bersaing dan pengembangan suatu marketing mix yang efektif untuk

¹ Umar, *Strategi Manajemen in Action*, (Yogyakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003). Cet ke-1 hal. 31

² David J Hunger, dkk, *Manajemen Strategi*, (Yogyakarta: ANDI, 2001). Cet ke-1 hal. 247

mencapai dan melayani konsumen-konsumen yang telah dipilih.³ Kepuasan konsumen berhubungan erat dengan keadaan produk jasa perusahaan yang ditawarkan dan pelayanan yang diberikan perusahaan. Keadaan produk terkait dengan kualitas produk tersebut, dalam hal ini kualitas merupakan jaminan terbaik kesetiaan konsumen. Kualitas yang lebih tinggi menghasilkan kepuasan konsumen yang lebih tinggi sekaligus mendukung harga lebih tinggi dan sering juga biaya yang lebih rendah.

Dari definisi diatas maka ada beberapa unsur yang penting dalam penyusunan strategi yaitu :

1. Strategi adalah satu kesatuan rencana perusahaan yang komprehensif dan terpadu yang diperlukan untuk pencapaian tujuan perusahaan,
2. Dalam penyusunan strategi perlu dihubungkan dengan lingkungan perusahaan dimana keadaan lingkungan sangat menentukan suatu kekuatan dan kelemahan perusahaan, agar dapat disusun kekuatan strategi perusahaan.

Dalam menanggulangi kekuatan persaingan, ada tiga jenis strategi yang dikemukakan oleh Michael Porter yang secara potensial akan berhasil untuk mengungguli perusahaan dalam industri yaitu :

1. Keunggulan biaya menyeluruh

³ Murti Sumarni, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta: Liberty, 2002), hal. 167

Strategi keunggulan biaya menyeluruh lebih mempertimbangkan pesaing daripada pelanggan. Perusahaan lebih memfokuskan pada harga jual yang lebih murah pada pembeli, dengan jalan membuat rendahnya jalan produksi. Sumber-sumber itu mungkin mencakup pengejaran skala ekonomis, teknologi milik sendiri, akses yang lebih ke bahan mentah, dan faktor lainnya.

Seandainya sebuah perusahaan dapat mencapai dan mempertahankan keseluruhan keunggulan biaya, maka perusahaan tersebut akan menjadi perusahaan yang berkinerja diatas rata-rata dalam industrinya asalkan perusahaan dapat menguasai harga rata-rata industri. Dengan harga sama atau lebih rendah dibanding pesaing-pesaingnya, posisi biaya yang lebih rendah dari biaya yang telah ditetapkan oleh perusahaan pemimpin diwujudkan dalam keuntungan yang lebih tinggi. Jadi, kepemimpinan biaya merupakan strategi yang secara khusus bergantung pada siapa yang memimpin lebih dahulu, kecuali jika perubahan besar dalam teknologi memungkinkan sebuah perusahaan untuk mengubah secara radikal posisi biayanya.

2. Differensiasi

Dalam strategi differensiasi, perusahaan berusaha menjadi unik dalam industrinya dalam sejumlah dimensi tertentu yang secara umum dihargai pembeli. Perusahaan memilih satu atau beberapa atribut yang

dipandang penting bagi pembeli dalam industri dan menetapkan dirinya secara unik untuk memenuhi kebutuhan ini.

Karena posisi yang unik itu, perusahaan merasa layak untuk menetapkan harga premium (*premium price*). Strategi ini menitik beratkan pada pembangunan persepsi pembeli, diantaranya kualitas, citra, dan inovasi.⁴

Sebuah perusahaan baik yang menghasilkan barang maupun jasa, perlu mengidentifikasi produknya agar mencapai keuntungan kompetitif. Differensiasi merupakan tindakan merancang satu set perbedaan yang berarti untuk membedakan penawaran perusahaan dan penawaran pesaing.

3. Fokus

Dalam fokus biaya perusahaan mengusahakan keunggulan biaya dalam segmen sasarannya, sementara dalam fokus differensiasi perusahaan mengusahakan differensiasi dalam segmen sasarannya. Strategi fokus ini didasarkan pada perbedaan antara segmen target yang dipilih oleh perusahaan fokus dengan segmen lain dalam industry tersebut.

Untuk menentukan strategi mana yang tepat bagi suatu perusahaan dalam memenangkan persaingan, maka perusahaan harus mengetahui

⁴ Philip Kotler, *Manajemen Perusahaan*, (Jakarta: PT. Indeks Gramedia, 2001). Edisi 2, jilid ke-2, hal. 262

secara pasti kedudukannya dalam suatu pasar. Dalam hal ini, strategi persaingan apapun yang sesuai untuk perusahaan akan tergantung dari posisinya. Apakah perusahaan merupakan pemimpin pasar, penentang pasar, pengikut pasar dan penggarap relung pasar.

B. Pengertian Pelayanan

Dalam penawaran dibidang pemasaran jasa dari produk-produk perjalanan, pelayanan akan sangat mendukung suksesnya suatu biro perjalanan. Karena pelayanan dianggap nilai tambah bagi penilaian serta pilihan yang akan langsung dipilih oleh konsumen.

Pelayanan merupakan salah satu komponen nilai (*value*) yang akan diberikan perusahaan kepada pelanggan, sebab pada dasarnya pelanggan hanya akan melakukan transaksi dengan perusahaan yang akan memberikan nilai terbaik baginya.⁵

Pelayanan meliputi segala yang membuat langganan merasa senang dan tertarik pada perusahaan yang bersangkutan.⁶

Pelayanan adalah suatu proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain.⁷

⁵ Hermawan Kertajaya, *Mark Plus 2000*, (Jakarta: PT. Gramedia Utama, 1996). Cet ke-1 hal. 421

⁶ Simorangkir, *Marketing*, (Jakarta: Idhnil, 1997). Cet ke-1 hal. 35

⁷ Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2000). Cet ke-1 hal. 17

Jadi pelayanan merupakan suatu aktivitas, mamfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Jasa merupakan benda yang tidak berujud. Dapat dipakai sebuah pelayanan adalah sebuah fungsi purna-jual yang diadakan oleh perusahaan supaya perusahaan unggul dalam persaingannya.

Secara umum ada tiga bentuk pelayanan yang tidak selamanya berdiri sendiri secara murni melainkan sering berkombinasi, antar lain sebagai berikut :

1. Pelayanan dengan lisan

Pelayanan dengan lisan biasanya dilakukan oleh petugas-petugas dibidang masyarakat (HUMAS), bidang layanan informasi dan bidang-bidang lainnya yang tugasnya memberikan penjelasan atau keterangan kepada siapapun yang memerlukan informasi.

2. Pelayanan melalui tulisan

Layanan melalui tulisan ini merupakan bentuk layanan yang paling menonjol dalam pelaksanaan tugas. Tidak hanya dari segi jumlah tetapi juga dari segi perannya.

3. Pelayanan malalui perbuatan

Pada umumnya pelayanan dalam bentuk perbuatan 70-80 % dilakukan oleh petugas-petugas tingkat menengah dan bawah.⁸

⁸ *Ibid*, hal. 191

Adapun tiga pendekatan umum yang dipergunakan di dalam memasarkan pelayanan yaitu :

a. Pengelompokan konsumen

Penggolongan yang biasanya dilakukan adalah pembagian pelayanan atau produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen atau nasabah.

b. Pengelompokan menurut pola pembelian

System penggolongan barang yang paling berguna adalah berdasarkan pembeli.

c. Klasifikasi menurut daur hidup produk atau jasa (*Product Life Cycle*)

Pembagian penggolongan produk menurut kurun waktu ini adalah berdasarkan atas empat daur hidup produk yaitu tahap pengenalan, pertumbuhan, kedewasaan dan penurunan.⁹

Pelayanan sangat diperlukan dalam suatu perusahaan, di samping untuk menarik pelanggan juga diharapkan untuk mempertahankan pelanggan lama. Jadi dalam konsep penjualan yang perlu diperhatikan oleh pihak penjual adalah bagaimana upaya yang dilakukan untuk memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen atau pelanggan, agar benar-benar merasa puas dengan produk atau jasa yang kita tawarkan.

⁹ Murti Sumarni, *Marketing Perbankan*, (Yogyakarta: Liberty, 1993). Edisi ke-2, hal. 187

Apabila pelayanan yang diberikan perusahaan kurang baik atau tidak memberikan kepuasan kepada konsumen atau pelanggan, maka dampak yang ditimbulkannya adalah dapat berupa larinya konsumen atau langganan pada produk lain atau perusahaan yang menjual produk sejenis di mana perusahaan saingan dapat memberikan pelayanan yang lebih dari perusahaan yang bersangkutan.

Selain itu pelayanan dapat dibagi dua bagian yaitu pelayanan fisik dan pelayanan non fisik. Yang termasuk dengan pelayanan fisik seperti sarana parkir dan ruang tunggu, sedangkan pelayanan non fisik seperti kemudahan-kemudahan yang diberikan oleh suatu perusahaan. Dalam hal ini Travel Arminareka Perdana memberikan pelayanan apa adanya sehingga kelemahan-kelemahan tampak jelas bila dibandingkan dengan travel-travel lainnya.

Dari uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa pentingnya faktor pelayanan bagi sebuah perusahaan yang bergerak di bidang jasa, dimana pelayanan menjadi penentu bagi keberhasilan perusahaan untuk memperoleh keuntungan serta untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan perusahaan.

Di samping itu dalam memberikan sebuah pelayanan yang baik, dituntut selalu bersikap ramah dan tersenyum. Dengan tersenyum (*tabassum*) ternyata akan melahirkan cinta, kasih sayang, dan orang lain pun (konsumen) akan merasa lebih dihargai. Rasulullah Saw bersabda dalam haditsnya sebagai berikut :

رواه البخاري ومسلم (. . . تَبَسَّمَكَ فِي وَجْهِ أَخِيكَ لَكَ صَدَقَةٌ)

Artinya: “*Senyummu itu kepada saudaramu, bagimu adalah merupakan sedekah*”. (HR. Bukhari dan Muslim)¹⁰

Dari hadits di atas dapat diambil kesimpulan bahwa senyum merupakan hal yang dianjurkan oleh Nabi Muhammad Saw. Oleh karena itu, setiap kali memberikan pelayanan kepada calon jamaah haji dan umrah, karyawan Travel Arminareka harus melayani dengan sabaik-baiknya.

C. Promosi

Pengertian promosi menurut kamus Umum Bahasa Indonesia adalah pengenalan (dalam rangka memajukan usaha dagang).¹¹ Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran, betapapun berkualitasnya suatu produk bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk itu akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya.

Sebagaimana yang kita ketahui, untuk meningkatkan penawaran produk kepada konsumen, promosi adalah salah satu langkah yang selalu diambil oleh pelaku bisnis, hal ini sedikit banyak akan ikut mempengaruhi minat konsumen akan pilihan yang ditawarkan pihak penyelenggara bisnis biro perjalanan, baik berupa promosi perorangan maupun lewat media.

¹⁰ Didin Hafidhuddin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah Dalam Praktik*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2003). Cet ke-1 hal. 63

¹¹ Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2007), hal. 1117

Keberhasilan kegiatan promosi yang dilakukan oleh suatu perusahaan tidak hanya tergantung pada kualitas dari produk yang dihasilkan, tetapi juga diperlukan pembinaan hubungan antar produsen dan konsumen, agar pesan-pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh konsumennya. Proses penyampaian pesan ini dapat dilakukan oleh perusahaan melalui kegiatan promosi. Salah satu tujuan kegiatan promosi adalah mencakup usaha mendorong konsumen untuk lebih banyak menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.¹²

Tidak banyak yang menyangkal bahwa promosi secara efektif mempengaruhi perilaku konsumen, meskipun demikian, sarana promosi mana yang biasa paling efektif dalam mengubah suatu perilaku tidak sepenuhnya dimengerti dengan baik.¹³

Promosi adalah suatu usaha yang dilakukan oleh setiap penjual untuk menghasilkan produk atau jasa kepada calon konsumen dan membujuk mereka agar mau membeli serta mengingatkan kembali konsumen agar melakukan pembelian ulang. Jadi dapat dikatakan bahwa, promosi mencakup segala kegiatan perusahaan untuk memperkernalkan produk atau jasanya yang bertujuan agar konsumen tertarik untuk menjual, mengkonsumsi, produk atau jasanya.

¹² Rismiati Catur dan Suratno Bondan, *Pemasaran Barang dan Jasa*, (Yogyakarta: Kanius, 2001). Cet ke-1 hal. 262

¹³ J. Paul Peter dan Jerry C. Olson, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 1999), hal. 207

Segmen yang dituju oleh Travel Arminareka Perdana Cabang Pekanbaru adalah mencakup seluruh umat Islam yang ada di Riau dengan melalui anak cabang di daerah-daerah. kegiatan promosi mencakup perilaku, homogen dari mulut ke mulut, humas sponsor dan lain-lainnya.

Promosi merupakan salah satu factor penentu keberhasilan suatu program pemasaran, betapapun berkualitasnya suatu produk bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk itu tidak akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya. Pada taraf awal dari usaha memperkenalkan barang baru, promosi berperan sebagai cara untuk memperkenalkan barang kepada konsumen. Tanpa promosi tidak dapat diharapkan konsumen dapat mengenal perusahaan. Oleh karena itu kegiatan promosi merupakan kegiatan yang paling ampuh untuk menarik konsumen (calon jamaah haji dan umrah) dan jembatan yang menghubungkan produsen dan konsumen.¹⁴ Secara singkat promosi dapat diartikan sebagai upaya untuk mengarahkan seseorang agar dapat mengenal produk perusahaan, lalu memahaminya, berubah sikap, menyukai, yakin, kemudian akhirnya membeli dan selalu ingat akan produk tersebut.

Secara garis besar ada empat sarana promosi yang dapat digunakan oleh perusahaan adalah sebagai berikut:

a. Periklanan (*Advertising*)

¹⁴ Sadono Sukirno, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Prenanda Media, 2004). Edisi ke-1, hal. 241

Periklanan merupakan sarana promosi yang digunakan untuk menginformasikan segala sesuatu yang dihasilkan oleh perusahaan. Informasi yang diberikan adalah keunggulan yang dimiliki oleh perusahaan dibanding dengan perusahaan lainya. Tujuan promosi lewat iklan adalah berusaha untuk menarik dan mempengaruhi para calon konsumennya.

Agar iklan yang dijalankan efektif dan efisien maka perlu dilakukan program pemasaran yang tepat. Praktiknya program pemasaran yang harus dilalui adalah sebagai berikut:

1. Identifikasi pasar dan sasaran motif pembeli
2. Tentukan misi yang menyangkut sasaran penjualan dan tujuan periklanan
3. Anggaran iklan yang ditetapkan
4. Merancang iklan yang akan disampaikan
5. Memilih media yang akan digunakan
6. Mengukur dampak dari iklan.

Periklanan pada hakikatnya mempunyai beberapa fungsi antara lain:

1. Memberi Informasi

Iklan dapat memberikan informasi yang banyak, serta bermamafaat bagi konsumen.

2. Menciptakan kesan dan *image*

Melalui sebuah image periklanan konsumen akan terkesan terhadap apa yang akan diiklankan.

3. Membujuk ataupun mempengaruhi

Iklan tidak hanya memberikan informasi akan tetapi juga membujuk dan mempengaruhi para konsumen.

4. Memuaskan keinginan

Sebuah iklan dapat dikatakan baik jika mampu memenuhi dan memberikan kepuasan terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen.¹⁵

b. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Promosi penjualan merupakan salah satu kegiatan promosi selain periklanan, pelaksanaannya dapat dilakukan kapan saja. Dalam promosi penjualan tidak terbatas, sebab tindakan apa saja dapat dilakukan untuk meningkatkan penjualannya.

Promosi penjualan dilakukan untuk menarik konsumen segera membeli setiap produk atau jasa yang ditawarkan. Tentu saja agar konsumen tertarik untuk membeli atau menggunakannya, maka perlu dibuatkan promosi penjualan yang semenarik mungkin.¹⁶

¹⁵ Assauri Sofjan, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2007). Cet ke-1 hal. 176

¹⁶ *Ibid* hal. 176

c. Publisitasi (*Publicity*)

Merupakan suatu usaha untuk menciptakan atau meningkatkan permintaan terhadap suatu produk atau jasa secara non personal dengan menggunakan berita komersial tanpa dibebani pembayaran secara langsung, misalnya surat kabar, majalah, radio, dan televisi. Bentuk yang lebih luas dari publisitas adalah hubungan masyarakat (*public relation*).

d. Penjualan Pribadi (*Personal Selling*)

Personal selling merupakan bentuk promosi yang sifatnya lebih mudah dilakukan karena merupakan bentuk komunikasi yang dilakukan secara langsung dengan persentase lisan dalam suatu percakapan dengan seseorang atau beberapa orang konsumen dengan maksud terwujudnya atau meningkatnya penjualan produk atau jasa. Dalam personal selling akan terjadi pertemuan langsung antara pihak penjual dengan pihak pembeli atau konsumen yang dilakukan secara profesional.

Hal ini dijelaskan oleh Rasulullah dalam haditsnya yang berbunyi sebagai berikut :

Jika kunci dari sebuah keberhasilan promosi itu adalah melakukannya dengan cara yang sungguh-sungguh atau profesional, maka Travel Arminareka Perdana melakukan promosi tentang produknya dengan sungguh-sungguh dan profesional.

BAB IV

STRATEGI TRAVEL ARMINAREKA PERDANA CABANG PEKANBARU DALAM MENARIK CALON JAMAAH HAJI DAN UMRAH DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

A. Strategi Travel Arminareka Dalam Menarik Calon Jamaah Haji Dan Umrah

Keinginan dan kebutuhan konsumen memang tidak mudah ditebak, tetapi bukan berarti tidak bisa diketahui. Keinginan konsumen dapat dipenuhi dengan cara memahami keadaan konsumen yang sebenarnya. Adapun cara atau strategi yang diterapkan oleh Travel Arminareka Perdana Cabang Pekanbaru dalam menarik calon jamaah haji dan umrah diantaranya:

1. Melalui Promosi

Promosi adalah bagaimana memberikan kesadaran tentang jasa kepada konsumen. Promosi juga merupakan cara bagaimana membuat para calon konsumen bisa tertarik untuk bergabung diperusahaan.

Tanpa promosi tidak dapat diharapkan konsumen dapat mengenal perusahaan. Oleh karena itu, promosi dapat dikatakan sebagai sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan konsumennya. Salah satu tujuan promosi yang dilakukan Travel Arminareka Perdana Cabang Pekanbaru adalah menginformasikan segala keunggulan perusahaan supaya bisa menarik calon jamaah haji

dan umrah sebanyak-banyaknya. Kemudian promosi juga berfungsi meningkatkan pengetahuan konsumen akan keunggulan dari Travel Arminareka Perdana.

Travel Arminareka Perdana mempromosikan keunggulannya kepada calon jamaah haji dan umrah dan berusaha menarik calon jamaah haji dan umrah yang baru dan relatif banyak. Kemudian promosi juga berfungsi mengingatkan konsumen untuk membeli dan akhirnya promosi juga akan meningkatkan citra perusahaan dimata para konsumen.¹

Adapun tujuan dari promosi adalah :

- a. Menumbuhkan persepsi pelanggan terhadap suatu kebutuhan
- b. Memperkenalkan dan memberikan pemahaman tentang suatu produk kepada konsumen
- c. Mendorong pemilihan terhadap suatu produk
- d. Mengimbangi kelemahan unsur bauran pemasaran lain
- e. Menanamkan citra produk dan perusahaan.²

¹ Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 1997). Cet ke-1, hal 222

² *Ibid*

Masing-masing sarana promosi ini memiliki tujuan sendiri-sendiri. Misalnya, untuk menginformasikan tentang keberadaan produk dapat dilakukan melalui:

- a. Iklan, yaitu Travel Arminareka Perdana Cabang Pekanbaru menginformasikan segala sesuatu yang dihasilkan oleh perusahaan. Informasi yang diberikan adalah keunggulan yang dimiliki oleh Travel Arminareka Perdana dibanding dengan perusahaan lainnya.³ Tujuan promosi lewat iklan adalah berusaha untuk menarik dan mempengaruhi calon jamaah haji dan umrah Travel Arminareka Perdana.

Dengan iklan suatu perusahaan akan mempunyai suatu kesan tertentu terhadap apa yang di iklankan. Iklan yang baik akan mempengaruhi konsumen untuk bekerjasama dengan perusahaannya. Kegiatan iklan dapat dilakukan melalui media seperti:

1. Pemasangan papan nama (*billboard*) Travel Arminareka Perdana Cabang Pekanbaru di tempat strategis
2. Pemasangan spanduk dilokasi tertentu yang strategis
3. Brosur yaitu selebaran kertas yang berisikan mengenai keunggulan Travel Arminareka Perdana, dimana brosur-brosur ini bisa didapatkan pada Travel Arminareka Perdana.

³ Danar, Pemasaran Travel Arminareka Perdana, *wawancara*. Pekanbaru, 19 November 2010.

4. Menggunakan media lain.⁴

- b. Penjualan pribadi merupakan bentuk promosi yang sifatnya lebih mudah dilakukan karena merupakan bentuk komunikasi yang dilakukan secara langsung dengan persentase lisan dalam suatu percakapan dengan seseorang atau beberapa orang konsumen dengan maksud terwujudnya atau meningkatnya penjualan produk atau jasa. Dalam penjualan pribadi ini akan terjadi pertemuan langsung antara pihak penjual dengan pihak pembeli atau konsumen.

2. Pelayanan

Pelayanan merupakan salah satu hal yang terpenting dalam memasarkan suatu produk. Pelayanan adalah kegiatan yang diselenggarakan organisasi dalam menyangkut kebutuhan pihak konsumen dan akan menimbulkan kesan tersendiri.

Untuk mengambil hati dan mempertahankan pelanggannya maka suatu perusahaan harus mengadakan pelayanan dengan baik dan teratur. Hal tersebut perlu dilakukan oleh suatu perusahaan karena sikap pelanggan adalah dinamis, jika konsumen menyukai barang atau jasa dari suatu perusahaan dan berhak menentukan pilihan yang cocok bagi mereka.⁵

⁴ Hendra, Pemasaran Travel Arminareka Perdana, *wawancara*. Pekanbaru, Tanggal 7 Desember 2010

⁵ Soejitno, Irmin. Abdul Rochim. *Etika Perbankan*, (Jakarta: Batavia Press, 2004). Cet ke-1 hal. 40.

Travel Arminareka Perdana merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa. Aplikasi kegiatan berupa service atau pelayanan. Pelayanan dan etika pemasaran produk jasa perusahaan harus dilakukan dengan baik dan benar dan menjaga kepercayaan yang diberikan oleh konsumen sehingga mendapat simpati dan menarik bagi masyarakat calon konsumen (jamaah haji dan umrah).⁶

Sejalan dengan sikap konsumen di atas, pelayanan Travel Arminareka Perdana Cabang Pekanbaru yang diberikan kepada konsumen memiliki beberapa kriteria yaitu:

a. Mengenal Konsumen

Konsumen adalah bagian yang terpenting dalam suatu perusahaan, kerena itu sebagai karyawan perusahaan khususnya Travel Arminareka Perdana Cabang Pekanbaru dituntut untuk memberikan kepuasan pelayanan kepada konsumennya. Memahami keinginan konsumen yang beragam, mulai dari sifat, tingkat ekonomi, kedudukan, dan lain sebagainya. Hal ini yang menyebabkan karyawan Travel Arminareka Perdana Cabang Pekanbaru untuk lebih meningkatkan loyalitas kerja dan tanggung jawab yang telah dibebankan pada setiap karyawan.

Agar karyawan Travel Arminareka Perdana Cabang Pekanbaru dapat memberikan pelayanan yang prima, travel Arminareka harus

⁶ Hendra, Pemasaran Travel Arminareka Perdana, *Wawancara*, Pekanbaru 7 Desember 2010.

mengenal karakteristik calon jamaah haji dan umrah dengan baik. Sifat konsumen bermacam-macam, beberapa diantaranya dapat disebutkan sifat pemimpin, sifat pemujuk, sifat penyabar, sifat pendiam, sifat hati-hati dan sifat bebas. Masing-masing sifat ini harus karyawan Travel Arminareka Perdana dekati dengan metode yang berbeda pula.

Dalam hal tersebut karyawan Travel Arminareka Perdana dapat melakukannya dengan cara sebagai berikut:

1. Melihat bagaimana sikap dan sifat pelanggan atau konsumen
2. Mengamati cara berbicara konsumen
3. Memahami permintaan atau keinginan pelanggan, dan lain sebagainya.

Misalnya ketika karyawan Travel Arminareka Perdana dalam menghadapi calon jamaah haji dan umrah yang memiliki sifat pemimpin. Sifat seperti ini biasanya menginginkan pelayanan yang serba cepat baginya setiap detik waktu sangat berarti. Menyampaikan juga secara terbuka dan cepat. Dengan tidak berbeli-belit serta basabasi. Untuk menarik perhatian konsumen karyawan bisa mengimbangi

dengan kerja keras, dan melayani dengan semboyan memberi kepuasan kepada konsumen.⁷

Di samping itu karyawan Travel Arminarekas Perdana Cabang Pekanbaru mengenal karakteristik konsumen (calon jamaah haji dan umrah), karyawan juga harus mempertimbangkan faktor jenis kelamin. Dalam memberikan pelayanan kita harus membedakan antara wanita dan pria, masing-masing memiliki kecenderungan yang berbeda.⁸

b. Lemah lembut dan ramah tamah dalam melayani konsumen

Bersikap lemah lembut dan ramah tamah merupakan salah satu etika pergaulan yang harus dipahami oleh karyawan Travel Arminareka Perdana Cabang Pekanbaru dengan baik. Sebagai karyawan Travel Arminareka Perdana Cabang Pekanbaru harus mampu bersikap lemah lembut dan ramah tamah dalam melayani konsumen. Hal inilah yang menjadikan mengapa perusahaan harus mengenal karakteristik dan mengetahui keinginan konsumen dengan baik.

Bersikap lemah lembut dan ramah tamah dalam melayani konsumen, sehingga konsumen akan senang dan merasakan keakraban

⁷ Wisnu, Keuangan Travel Arminareka Perdana, *wawancara*, Pekanbaru. Tanggal, 23 November 2010

⁸ Danar, Pemasaran Travel Arminareka Perdana, *wawancara*, Pekanbaru, Tanggal 19 November 2010.

dalam menjalin hubungan. Saat ini konsumen membutuhkan travel yang bisa memberikan pelayanan yang baik dan tidak berbelit-belit. Karyawan Travel Arminareka Perdana Cabang Pekanbaru harus bersikap lemah lembut dan ramah tamah dalam melayani konsumennya, namun tidak berarti mengabaikan aturan-aturan yang telah ditetapkan oleh pihak Travel Arminareka Perdana Cabang Pekanbaru. Akan tetapi hendaknya peraturan menjadi suatu pemicu bagi karyawan untuk meningkatkan loyalitas dalam bekerja, dengan tidak melanggar hak dan kewajiban. Hal ini dilakukan oleh karyawan Travel Arminareka Perdana Cabang Pekanbaru agar dapat meningkatkan kenyamanan konsumen bertransaksi dengan pihak perusahaan.⁹

c. Melayani dengan penuh rasa tanggung jawab

Konsumen ibarat air bagi ikan. Ikan tidak mungkin dapat hidup tanpa air. Karyawan Travel Arminareka Perdana Cabang Pekanbaru harus dapat menjaga agar “air” itu selalu jernih sehingga memungkinkan bagi “ikan” untuk berkembang biak sebaik mungkin. Perusahaan harus bisa menetralkan volume air agar ikan lebih leluasa untuk bergerak.

Sebagai karyawan Travel Arminareka Perdana Cabang Pekanbaru harus punya prinsip bahwa kepuasan konsumen harus

⁹ Wisnu, Keuangan Travel Arminareka Perdana, *Wawancara*, Pekanbaru, Tanggal 13 November 2010.

salalu menjadi nomor satu. Kalau konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, maka konsumen tersebut dengan sendirinya akan mengajak saudara atau teman-teman lainnya untuk ikut bergabung dengan Travel Arminareka Perdana.¹⁰

Untuk memuaskan konsumen banyak cara yang dapat dilakukan. Tetapi ada beberapa persoalan yang cukup penting namun sering terabaikan. Misalnya saja memberikan pelayanan tidak sampai selesai, dengan beberapa alasan diantaranya, salah memberikan pelayanan, yakni tergesa-gesa sehingga ada beberapa kewajiban yang terlupakan dan tidak menyelesaikan tugas yang bukan milik kita.

Kewajiban seorang karyawan harus melayani konsumen dengan baik, namun tidak heran kadang konsumen ingin memilih satu perusahaan yang dianggapnya selalu memberikan kepuasan baginya dalam pelayanan. Travel Arminareka Perdana juga berprinsip bahwa dengan pelayanan yang baik pihak travel akan mendapat simpati dari konsumen dan akan berakibat pada keberhasilan kinerja perusahaan dalam merekrut atau menarik calon jamaah haji dan umrah.¹¹

Karyawan Travel Arminareka Perdana Cabang Pekanbaru tidak dibenarkan berfikir bahwa kewajibannya hanya melayani saja, disini diterapkan kepada seluruh karyawan Travel Arminareka Perdana

¹⁰ Linda, Pimpinan Travel Arminareka Perdana, *wawancara Pekanbaru*, Tanggal 18 November 2010.

¹¹ Danar (Marketing Travel Arminareka Perdana) cabang Pekanbaru, *Wawancara*, tanggal 3 November 2010.

Cabang Pekanbaru wajib untuk memberikan kepuasan kepada konsumen baik dalam pelayanan, bertransaksi penyambutan dan lain sebagainya, tanpa memandang jabatan, status atau kedudukan konsumennya tersebut. Tidak ada salahnya karyawan Travel Arminareka Perdana Cabang Pekanbaru bersikap proaktif agar konsumen benar-benar merasa puas dengan pelayanan yang diberikan kepada konsumennya.¹²

d. Melayani dengan simpatik

Simpatik maksudnya memberikan pelayanan yang dapat menyenangkan dan tidak memberikan kesan buruk atau konsumen tidak nyaman atas pelayanannya. Apapun yang terjadi pada karyawan Travel Arminareka Perdana Cabang Pekanbaru, mereka harus tetap mampu menampilkan wajah ceria yang akan memberikan dampak yang positif bagi konsumen sehingga konsumen merasa puas atas pelayanan yang diberikan.¹³

e. Tidak berprasangka negatif

Selalu berfikiran positif merupakan dasar bagi karyawan Travel Arminareka Perdana Cabang Pekanbaru dalam melayani konsumennya. Berfikiran positif akan meningkatkan kualitas

¹² Linda, Pimpinan Travel Arminareka Perdana, *Wawancara*, Pekanbaru, Tanggal 18 November 2010.

¹³ Hendra, Pemasaran Travel Arminareka, *Wawancara Pekanbaru*, 3 November 2010.

kemitraan bagi konsumen, sebaliknya jika pikiran negatif yang dikedepankan akibatnya sungguh fatal. Karyawan perusahaan yang masih suka berfikir negatif kepada konsumennya berarti belum memahami etika profesionalnya dengan baik.

Bagi karyawan Travel Arminareka Perdana Cabang Pekanbaru lebih aman rasanya jika karyawan bisa bersikap positif pada orang lain, khususnya pada konsumennya Travel Arminareka Perdana Cabang Pekanbaru agar karyawan bisa menjalin hubungan lebih baik dengan konsumennya. Karyawan bisa lebih mudah meneliti karir jika karyawan bisa merebut hati konsumennya.¹⁴

f. Melayani dengan serius

Dengan prinsip berusaha memberikan pelayanan yang terbaik, maka karyawan Travel Arminareka Perdana Cabang Pekanbaru dituntut untuk bisa bersikap sabar untuk menghadapi keluhan konsumen. Walaupun karyawan telah berusaha semaksimal mungkin, namun tidak semua pelayanan yang diberikan karyawan Travel Arminareka Perdana Cabang Pekanbaru memuaskan hati konsumennya. Adakalanya konsumen merasa kecewa tanpa disadari karyawan.

Adakalanya karyawan sering mendengarkan keluhan konsumen tentang prosedur yang berbelit-belit. Tugasnya adalah mendengarkan

¹⁴ Anton, Adi Wayoto, *Strategi Untuk Memberikan Pelayanan Bermutu*, (Jakarta: Binarupa Aksara, 1997). Cet ke-1 hal. 21

dengan sungguh-sungguh dan memberikan penjelasan kenapa hal itu sampai terjadi.¹⁵

Adapun bentuk - bentuk pelayanan yang diberikan oleh Travel Arminareka Perdana Cabang Pekanbaru sebelum dan selama berada di tanah suci Mekah dan Madinah adalah sebagai berikut:

1. Transfortasi

Dari segi transfortasi, Travel Arminareka Perdana memberikan pelayanan berupa bus kepada para jamaah untuk mempermudah jamaah dalam bepergian, terutama ke Mesjid untuk beribadah dan tempat-tempat bersejarah ditanah suci.

2. Ibadah

Dari segi ibadah, Travel Arminareka Perdana memberikan pelayanan berupa bimbingan dan bantuan kepada jamaah untuk mempermudah dalam beribadah seperti tempat beribadah di Raudha, yang mana tempat ini sangat padat oleh jamaah-jamaah lainnya karena Raudha merupakan tempat beribadah yang mustajab.¹⁶

¹⁵ Danar, Pemasaran Travel Arminareka Perdana, *Wawancara* Pekanbaru, 19 November 2010

¹⁶ Rodhi, Tour Guide Travel Arminareka Perdana, *wawancara*, Pekanbaru 15 Desember 2010

3. Kesehatan

Dari segi kesehatan, Travel Arminareka Perdana memberikan pelayanan berupa menyediakan tenaga medis untuk para jamaah yang membutuhkan bantuan medis.

4. Administrasi

Dari segi administrasi, Travel Arminareka Perdana memberikan pelayanan berupa kemudahan dalam transaksi, para calon jamaah haji dan umrah dapat mencicil biaya keberangkatan minimal Rp. 500.000,- tanpa batas waktu. Jika pelanggan telah memiliki tabungan yang jumlahnya telah mencukupi biaya yang diperlukan untuk naik haji atau umrah, maka tabungan tersebut bisa digunakan untuk melunasi biaya haji dan umrah tersebut.

5. Akomodasi

Dari segi akomodasi, Travel Arminareka Perdana memberikan pelayanan berupa hotel berbintang 4 dan 5, yang mana hotel ini dekat dengan mesjid untuk mempermudah jamaah dalam mengerjakan ibadah.

6. Imigrasi

Dari segi imigrasi, Travel Arminareka Perdana memberikan pelayanan berupa pengurusan administrasi seperti paspor, visa, ticket dan lain-lainnya. Dalam pengurusannya semua dilakukan oleh

Travel Arminareka Perdana dan mengenai keberadaan jamaah pada saat melakukan haji dan umrah di Makkah dan Madinah telah dijamin oleh Travel Arminareka Perdana.¹⁷

B. Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Strategi Travel Arminareka Dalam Menarik Calon Jamaah Haji dan Umrah

Upaya yang dilakukan Travel Arminareka Perdana Cabang Pekanbaru ini adalah mempromosikan dan meningkatkan bidang pelayanan dalam menghadapi persaingan dengan perusahaan-perusahaan lainnya untuk menarik calon jamaah haji dan umrah. Dalam ekonomi Islam perbuatan mengajak seseorang kepada hal yang baik sangat dianjurkan, Allah berfirman dalam surat An-Nahl ayat 125 sebagai berikut :

وَاذْكُرُوا لَكُمْ دِينَكُمْ وَأَنَّ إِلَٰهَكُمْ أَحَدٌ ۖ فَاسْتَقِيمُوا ۚ وَتَبَارَكَ الَّذِي فِي يَدَيْهِ الْمَصِيرُ ۚ

Artinya : *Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih*

¹⁷ Linda, Pimpinan Travel Arminareka Perdana, wawancara, Pekanbaru, 17 Desember 2010

mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.(Q.S. An-Nahl 125)¹⁸.

Ayat diatas menerangkan bahwa kewajiban mengajak seseorang kepada kebajikan dalam setiap aspek kehidupan termasuk menjalankan perekonomian dengan cara yang baik, halus dan penuh hikmah.

Menjaga kepercayaan konsumen merupakan sesuatu yang mutlak dan harus dilakukan oleh Travel Arminareka Perdana Cabang Pekanbaru. Kegiatan konkrit yang dilakukan Travel Arminareka Perdana Cabang Pekanbaru adalah untuk mengoptimalkan pelayanan kepada konsumen agar terciptanya suasana yang sesuai dan nyaman sehingga calon jamaah haji dan umrah mau menjadi konsumen Travel Arminareka Perdana Cabang Pekanbaru serta bisa menarik calon jamaah haji dan umrah lainnya. Hal-hal tersebut tidak terlepas dari nilai-nilai Ekonomi Islam, sehingga timbul rasa suka sama suka, hakikatnya adalah setiap perkataan dan perbuatan khususnya dalam melayani konsumen harus mencerminkan nilai-nilai Islam sehingga konsumen dan karyawan tidak merasa menjadi pihak yang dirugikan.

Di dalam menarik calon jamaah haji dan umrah, Travel Arminareka Perdana tidak ada unsur kezaliman dan keterpaksaan. Oleh karena itu kinerja Travel Arminareka Perdana dalam menarik calon jamaah haji dan

¹⁸ Departemen Agama RI, *al Qura'an Dan Terjemahan*, (Bandung: PT. Syaamil Cipta Media. 2002). Cet ke-3, hal. 985

umrah maupun operasionalnya dapat dibenarkan oleh Islam, karena sesuai dengan firman Allah dalam Surat al-Jumua' ayat 10:



Artinya: *“Apabila telah ditunaikan shalat maka bertebaranlah di muka bumi dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung”*.¹⁹

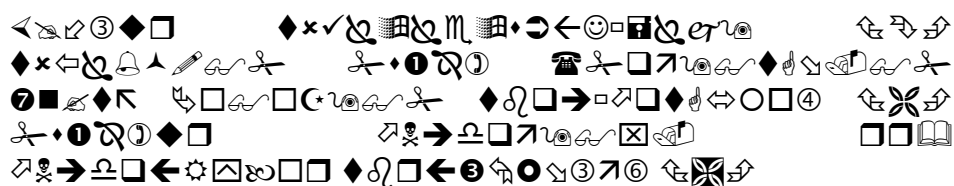
Dalam ayat ini Allah menyuruh untuk mencari rezeki yang halal lagi baik, tidak menggunakan cara bathil, tidak berlebih-lebihan, tidak dizalimi dan menzalimi dan *gharar* (ketidakjelasan dan manipulatif).

Adapun faktor-faktor yang dilakukan oleh Travel Arminareka Perdana dalam menarik jamaah haji dan umrah adalah dengan cara mempromosikan dan dengan memberikan pelayanan yang baik kepada calon jamaah haji dan umrah seperti: sopan, jujur, ramah kepada calon jamaah haji dan umrah.

Travel Arminareka Perdana Cabang Pekanbaru dalam menarik calon jamaah haji dan umrah menurut Ekonomi Islam tidak terlepas dari unsur-unsur, etika dan prinsip-prinsip dalam Ekonomi Islam. Prinsip-prinsip tersebut diantaranya:

¹⁹ Departemen Agama RI, *op.cit*, hal. 933.

- a. Prinsip otonomi yaitu sikap dan kemampuan manusia untuk bertindak berdasarkan kesadarannya sendiri tentang apa yang dianggapnya baik untuk dilakukan.
- b. Prinsip kejujuran yaitu usaha untuk menjadi orang kuat secara moral adalah kejujuran. Tanpa kejujuran, manusia tidak menjadi dirinya sendiri. Tidak jujur berarti tidak seia-sekata dan itu berarti tidak sanggup mengambil sikap yang lurus. Tanpa kejujuran, keutamaan-keutamaan moral lainnya akan hilang.²⁰ Allah sangat melarang orang yang melakukan kecurangan termasuk dalam hal bermuamalah sebagaimana dijelaskan dalam Surat al-Muthaffifin ayat 1-3:



Artinya: “celakalah bagi orang-orang yang curang, (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurang”.(QS al-Muthaffifin 1-3)²¹.

Tidak hanya dalam pekerjaan atau kewajiban tugas manusia berlaku jujur, tetapi juga dalam kehidupan sehari-hari dan tidak

²⁰ Idri, Titik Triwulan Tutik. *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam*, (Jakarta: Indonesia 2008). Cet ke-1, hal. 65

²¹Departemen Agama RI, *loc.cit*, hal. 587

merugikan orang lain. Prinsip kejujuran inipun telah disebutkan dalam Al-quran yaitu:

(٧٢) الزُّورَ وَإِذَا مَرُّ بِالْغَوِّ مَرُّ كِرَامًا وَالَّذِينَ لَا يُشْهَدُونَ

Artinya: *“Dan orang-orang yang tidak memberikan persaksian palsu, dan apabila mereka bertemu dengan (orang-orang) yang mengerjakan perbuatan-perbuatan yang tidak berfaedah, mereka lalui (saja) dengan menjaga kehormatan dirinya”.*²²

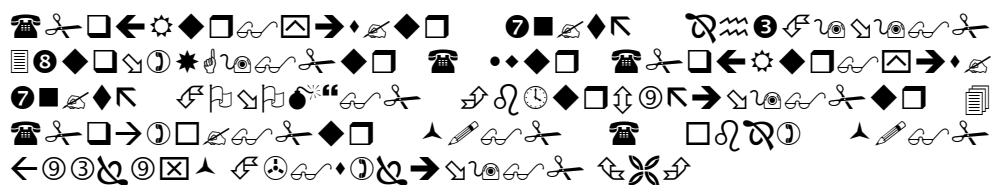
Berdasarkan ruang lingkup ekonomi (muamalah), maka Islam adalah agama yang mengatur segala aspek kehidupan, tentu saja mempunyai cara dalam perekonomian untuk merekrut atau menarik yang baik sesuai dengan aturan-aturan agama Islam. Ditinjau dari aspek Aksiologinya, tinjauan ekonomi Islam adalah bahwa setiap kegiatan manusia didasarkan kepada pengabdian kepada Allah, dalam rangka melaksanakan tugas dari Allah untuk memakmurkan bumi, maka dalam perekonomian umat Islam harus mengutamakan keharmonisan dan pelestarian alam. Kebahagiaan yang dikejar dalam Islam bukan semata-mata kebahagiaan di dunia saja, tetapi kebahagiaan di akhirat. Dengan demikian, ilmu ekonomi Islam harus mempunyai sistem ekonomi yang dapat memakmurkan bumi, maupun

²² Ibid, hal.

membahagiakan manusia baik selama hidup di dunia maupun di akhirat kelak.²³

Nilai-nilai keimanan inilah yang kemudian menjadi aturan yang mengikat, mengacu kepada aturan ilmiah. Setiap perbuatan manusia mempunyai nilai moral dan ibadah. Setiap tindakan manusia tidak boleh lepas dari nilai yang secara vertikal merefleksikan moral yang baik, dan secara horizontal memberi mamfaat bagi manusia dan makhluk lainnya.²⁴

Islam memerintahkan kepada manusia untuk bekerja sama dalam segala hal, kecuali dalam perbuatan dosa kepada Allah atau melakukan aniaya kepada sesama makhluk, sebagaimana firman Allah dalam surat al-Maidah ayat 2:



Artinya: “...*Bertolong-tolonglah kamu dalam kebaikan dan taqwa dan janganlah kamu bertolong-tolong dalam berbuat dosa dan aniaya, dan takutlah kepada Allah. Sesungguhnya Allah sangat keras siksaan-Nya*”.²⁵

²³ Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007). Edisi ke-1 hal. 12

²⁴ Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana, 2007). Cet ke-1 hal. 13

²⁵ Departemen Agama RI, *op.cit.*, hal. 106.

Perwujudan pola kerja sama yang dianjurkan Islam dapat dilakukan dalam bentuk apapun. Demi tegaknya keadilan, siapapun tidak boleh melanggarnya, agar tidak terdapat seorangpun yang menjadi korban ketidakadilan. Demikian juga prinsip dasar sistem ekonomi Islam, yaitu suatu sistem yang bersifat ilahiah-insaniah, bersifat terbuka tapi sekaligus selektif. Sistem ekonomi Islam tidak mengenal kompromi dalam menegakkan keadilan.²⁶

Selain itu Islam mengajarkan bahwa dalam kehidupan, manusia harus saling hormat-menghormati dan tolong-menolong. Penulis melihat bahwa dalam menarik atau merekrut calon jamaah haji dan umrah yang dilakukan Travel Arminareka Perdana Cabang Pekanbaru telah sesuai dengan standar pelayanan serta sesuai dengan ekonomi Islam, dengan tidak mengabaikan kepentingan dan kebutuhan jamaah.

Dengan demikian, di dalam menarik atau merekrut calon jamaah haji dan umrah pada Travel Arminareka Perdana dari sisi pengaruhnya cukup positif, dan belum ditemukan unsur-unsur penyimpangan menurut hukum Islam. hal ini berdasarkan kaedah:

الأصل الشيء في إباحة

²⁶ Mustafa Edwin Nasution, *op.cit.*, hal. 26.

Artinya: *Segala jenis muamalah boleh dikerjakan sehingga jelas larangannya.*²⁷

Dengan demikian upaya yang dilakukan oleh Travel Arminareka Perdana Cabang Pekanbaru untuk menarik calon jamaah haji dan umrah telah sesuai dengan kaedah di atas, yang benar telah sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam.

Dalam Islam suatu pekerjaan harus dilakukan secara positif yaitu sesuai dengan firman Allah Surat Al-Baqarah ayat 148:



Artinya: *Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah kamu (dalam membuat) kebaikan. Dimana saja kamu berada pasti Allah akan mengumpulkan kamu sekalian (pada hari kiamat) sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu.* (Q.S. Al-Baqarah).²⁸

Yang dimaksud dengan persaingan positif disini adalah *fastabiqul khairat* yaitu berlomba-lomba dalam kebaikan. Persaingan yang positif itu dimulai dengan aturan yang jelas. Hal yang paling terpenting adalah bahwa persaingan yang positif bukanlah persaingan yang merebut kedekatan jamaah dengan pemimpin melalui cara-cara yang tidak jelas dalam aturan

²⁷ Abdul Al-Wahhab Khalaf, *Kaidah-kaidah Hukum Islam*, (Bandung: Bulan Bintang, 1986), hal 402

²⁸ Departemen Agama RI, *op.cit*, hal. 38

seperti membandingkan atau menyebutkan kelebihan antara perusahaan yang satu dengan perusahaan yang lainnya.

Sedangkan faktor yang mempengaruhi kecenderungan calon jamaah haji dan umrah untuk menggunakan jasa Travel Arminareka Perdana Cabang Pekanbaru yaitu promosi dan pelayanan yang baik dan sesuai dengan ajaran dalam Islam.

Pengaruh yang baik dari pelayanan merupakan hal positif bagi perusahaan, sebab bila konsumen merasa terpuaskan dengan pelayanan yang telah diberikan Travel Arminareka Perdana Cabang Pekanbaru maka jamaah akan mengajak jamaah lainnya untuk menggunakan Travel tersebut.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Setelah penulis memaparkan pembahasan tentang strategi yang dilakukan oleh Travel Arminareka Perdana Cabang Pekanbaru. Maka pada bab ini penulis menarik beberapa kesimpulan:

1. Strategi yang dilakukan Travel Arminareka Perdana Cabang Pekanbaru dalam menarik calon jamaah haji dan umrah adalah melalui: promosi yang dilakukan baik melalui periklanan, media cetak dan penyebaran brosur dan sebagainya sehingga masyarakat luas dapat mengetahui keberadaan Travel Arminareka Perdana Cabang Pekanbaru dan pelayanan yang baik seperti: mengenal konsumen, lemah lembut dan ramah tamah dalam melayani konsumen, melayani dengan penuh rasa tanggung jawab, melayani dengan simpatik, tidak berprasangka negatif, dan melayani dengan serius.
2. Tinjauan ekonomi Islam terhadap strategi yang dilakukan Travel Arminareka Perdana Cabang Pekanbaru dalam menarik calon jamaah haji dan umrah adalah sesuai dengan prinsip-prinsip dalam etika Ekonomi Islam seperti prinsip otonomi yaitu sikap dan kemampuan manusia untuk bertindak berdasarkan kesadaran sendiri tentang apa yang dianggapnya baik untuk dilakukan dan prinsip kejujuran yaitu usaha untuk menjadi orang kuat secara moral adalah kejujuran dengan bersifat jujur, memberikan rasa aman, nyaman dan menguntungkan kepada

masyarakat sebagai pemegang amanah dan kepercayaan. Upaya-upaya yang dilakukan dengan cara persuasif, artinya masyarakat berhak menentukan keputusannya untuk menjadi konsumen atau tidak. Travel Arminareka Perdana hanya mengajak masyarakat dengan segala strateginya, dan tetap memelihara kaidah-kaidah Ekonomi Islam.

B. Saran

Setelah penulis melakukan penelitian pada Travel Arminareka Perdana Cabang Pekanbaru, maka untuk kemajuan di masa yang akan datang penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Penulis menyarankan agar Travel Arminareka Perdana Cabang Pekanbaru dapat meningkatkan promosi agar lebih dikenal oleh masyarakat luas.
2. Travel Arminareka Perdana Cabang Pekanbaru agar meningkatkan kualitas pelayanan dari semua segi atau bidang agar tercapainya kepuasan bagi pelanggan.
3. Disamping itu juga, penulis menyarankan agar penelitian ini tidak hanya sampai disini melainkan penulis berharap semoga masih banyak lagi ilmunan-ilmuan yang melanjutkan penelitian ini khususnya mengenai hal-hal yang berkaitan dengan Ekonomi Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Al-Wahhab Khalaf, *Kaidah-kaidah Hukum Islam*, Bandung: Bulan Bintang, 1986
- Ahmad Sutarmadi, *al Imam Al tirmidzi*, Jakarta: PT. Logos Wacana Ilmu, 1998
Cet ke-1
- Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2007.
Cet ke-1
- Anton, Adi Wayoto, *Strategi Untuk Memberikan Pelayanan Bermutu*, Jakarta: Binarupa Aksara, 1997. Cet ke-1
- Assauri Sofjan, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2007. Cet ke-1
- David J Hunger, dkk, *Manajemen Strategi*, Yogyakarta: ANDI, 2001. Cet ke-1
- Departemen Agama RI, *al Quran Dan Terjemahan*, Bandung: PT. Syaamil Cipta Media. 2002, Cet. Ke-3
- Didin Hafidhuddin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah Dalam Praktik*, Jakarta: Gema Insani Press, 2003. Cet ke-1
- Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran* Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 1997. Cet ke-1
- Henry Simamora, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Yogyakarta: STIE YKPN, 1997, Cet. Ke-3, edisi ke-4
- Hermawan Kertajaya, *Mark Plus 2000*, Jakarta: PT. Gramedia Utama, 1996. Cet ke-1
- Idri, Titik Triwulan Tutik. *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam*, Jakarta: Indonesia 2008. Cet ke-1

- J. Paul Peter dan Jerry C. Olson, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 1999
- Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, Jakarta: Bumi Aksara, 2000.
Cet ke-1
- Murti Sumarni, *Manajemen Pemasaran Bank*, Yogyakarta: Liberty, 2002
- Murti Sumarni, *Marketing Perbankan*, Yogyakarta: Liberty, 1993. Edisi ke-2
- Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, Jakarta: Kencana, 2007. Cet ke-1
- Peter Paul, *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 1999.
Cet ke-4
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Analisa Perencanaan Implementasi dan Kontrol*, Jakarta: Prehalindo, 1997, jilid 1, Cet. Ke-1
- Philip Kotler, *Manajemen Perusahaan*, Jakarta: PT. Indeks Gramedia, 2001. Edisi 2, jilid ke-2
- Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2007
- Rismiati Catur dan Suratno Bondan, *Pemasaran Barang dan Jasa*, Yogyakarta: Kanius, 2001. Cet ke-1
- Sadono Sukirno, *Pengantar Bisnis*, Jakarta: Prenanda Media, 2004. Edisi ke-1
- Simorangkir, *Marketing*, Jakarta: Idhnil, 1997. Cet ke-1
- Soejitno, Irmin. Abdul Rochim. *Etika Perbankan*, Jakarta: Batavia Press, 2004.
Cet ke-1
- Umar, *Strategi Manajemen in Actgion*, Yogyakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003. Cet ke-1

William Staton, *Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 1996. Cet ke-1

Yusuf Qardawi, *Norma Dan Etika Ekonomi Islam*, Jakarta: Gema Insani. 1995.
Cet ke-1

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1.....	19
Tabel 2.II.....	23

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	17
------------------	----

DAFTAR WAWANCARA

1. Sebagai pimpinan Travel Arminareka Perdana Cabang Pekanbaru, dapatkah bapak/ibu menceritakan sedikit tentang sejarah berdirinya Travel Arminareka Perdana?
2. Bagaimana bapak/ibu memperkenalkan Travel Arminareka Perdana kepada masyarakat?
3. Bagaimana cara bapak/ibu menarik minat masyarakat agar memilih Travel Arminareka Perdana?
4. Bagaimana bentuk promosi yang dilakukan oleh Travel Arminareka Perdana kepada masyarakat?
5. Bagaimana pelayanan yang diberikan oleh Travel Arminareka Perdana Cabang Pekanbaru untuk menarik calon jamaah haji dan umrah?
6. Siapa-siapa saja yang menjalankan promosi pada travel Arminareka Perdana?